

YOUTUBEŘI, JAK JE NEZNÁTE



CELOVEČERNÍ VLOG

NEJSLEDOVANĚJŠÍ



FILMOVÝ MOST

YouTube – videoportál, na který lidé z celého světa nahrají každou minutu 400 hodin obsahu. Médium, kde každý měsíc čeští diváci zhlédnou 2 miliardy videí. A také scéna pro novodobé idoly – YouTubery. Youtubeři, neboli tvůrci videí pro YouTube, jsou mezi mladou generací populárnější než herci, zpěváci nebo sportovci. A také než jakákoli televize. Časopis FORBES sestavuje každý rok žebříček nejvlivnějších Čechů na internetu. Letos je v první desítce 6 youtuberů.



Proč tráví mladí diváci tři hodiny týdně sledováním videí na YouTube? I na to hledá odpověď celovečerní dokument **NEJSLEDOVANĚJŠÍ**.



Na jedné straně fenoménu Youtube stojí děti a teenageři, nadšení fanoušci youtuberů. Na druhé straně se mračí rodiče, kteří nad dětmi a youtubery jenom krouží hlavou, fenomén nechápu a často i odsuzují.

Film **Nejsledovanější** představuje filmový most mezi dvěma světy, kde obvykle není mnoho vůle ke sblížení. Nejsledovanější se snaží vytvořit dialog mezi dvěma zcela rozdílnými generacemi.

Zábava zažívá revoluci, televize je „pro starý“, lidé narození v tomto tisíciletí sledují sociální sítě a žijí v nové realitě. Obsah si vybírají sami, kdykoli a kdekoli. Nikdo jim jejich obsah nepřiděluje, ani neomezuje. Nastupující nová generace idolů ohromuje svojí obří sledovaností a vlivem, firmy jim nabízejí lukrativní smlouvy, fanoušci propadají hysterii, rodiče panikaří.



NEJSLEDOVANĚJŠÍ



PROČ?

Film, který baví i sděluje

Nejsledovanější jsou první celovečerní film o fenoménu youtuberů. Nejen v Čechách, ale i ve světě. Šest hvězd internetu představí svůj život před i za kamerou, překvapí své fanoušky i jejich rodiče. Jeden rok s youtubery. Za tu dobu s nimi štáb navštívil dva kontinenty, čtyři země, natočil stovky hodin materiálu nejen s hlavními protagonisty, ale i s jejich rodinami, přáteli a příznivci.

Dětem a teenagerům film představuje jejich hvězdy tak, jak je ještě neznají. Uvidí, že být youtuber neznamena jen slávu, úspěch a obdiv fanoušků, ale také zcela ztrátu soukromí a obří zodpovědnost za to, co říkají a dělají. Vytvářejí svoji komunitu nebo komunita vytváří je?

Tupí hlupáci, co nic neumí?



Karel Kovář alias Kovy byl jedním z youtuberů, který dělal rozhovor s předsedou Evropské komise Jeanem-Claudem Junckerem. Ve svých videích se společenským otázkám a politice věnuje často.

A Cup of Style se věnují módě, kosmetice a životnímu stylu. Stejně jako naprostá většina profesionálních časopisů, které vychází pro dospělé ženy.

Nikola Čechová



„Film zachytil jeden z mých nejtěžších a taky nejzlomovějších roků. Diváci uvidí, že náš život není pořád jenom růžový,“ říká Nikola Čechová neboli Shopaholic Nicol.



Karel Kovář

„Nejsledovanější je nezaujatý, upřímný pohled na to, jak tenhle život vypadá,“ dodává Kovy.

I ostatní protagonisté dokáží své diváky zaujmout, pobavit a leckdy inspirovat. Ke čtení knih, učení jazyků nebo k cestování.

Bez jakéhokoliv zázemí filmové produkce či televize umí video natočit, nasvítit, sestříhat a dostat do světa.



Autentičtí hrdinové

Lidé odjakživa vzhlíželi k idolům a také odjakživa milovali sledovat život ostatních. Jde o přirozenou potřebu a proto vznikly celebrity. Dříve herecké či hudební, dnes již autentické a lidové.

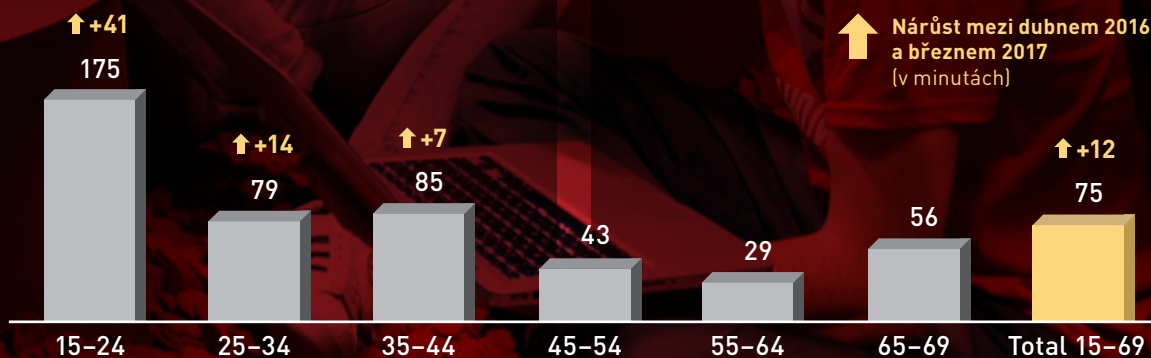
Jakub Sedláček, absolvent Studia nových médií na Filosofické fakultě UK, zaměřil svou diplomovou práci na youtubery. „Youtuber je nám mnohem podobnější než jakákoliv jiná celebrita,“ říká v rozhovoru pro E15.

Televize po celém světě trpí nedostatkem kvalitních programů pro teenagery. Tradiční média na teenagery nemyslí. Ti si ale vystačí sami. Tvoří si vlastní zábavu na internetu a generují i celebrity.

Každá generace měla a vždy bude mít svůj fenomén, kterému rodiče a učitelé nerozumí.

Céčka, Sandokan, první Brava, roztrhané džíny, walkmany. Nad tím vším kroutili rodiče nechápavě hlavou. Zapomněli, že jejich vlastní rodiče před tím kdysi kroutili hlavou nad prvními džínami, dlouhými vlasy, bigbeatem z gramodesek, kalhotami do zvonu.

Průměrný čas strávený na YouTube v populaci 15–69 (v minutách za týden)



Zdroj: MEDIAN adMeter (březen 2017)

↑ Nárůst mezi dubnem 2016 a březnem 2017 (v minutách)

